

網走市「生涯活躍のまち」構想 【網走版C C R C構想】



令和2年3月
北海道網走市

目 次

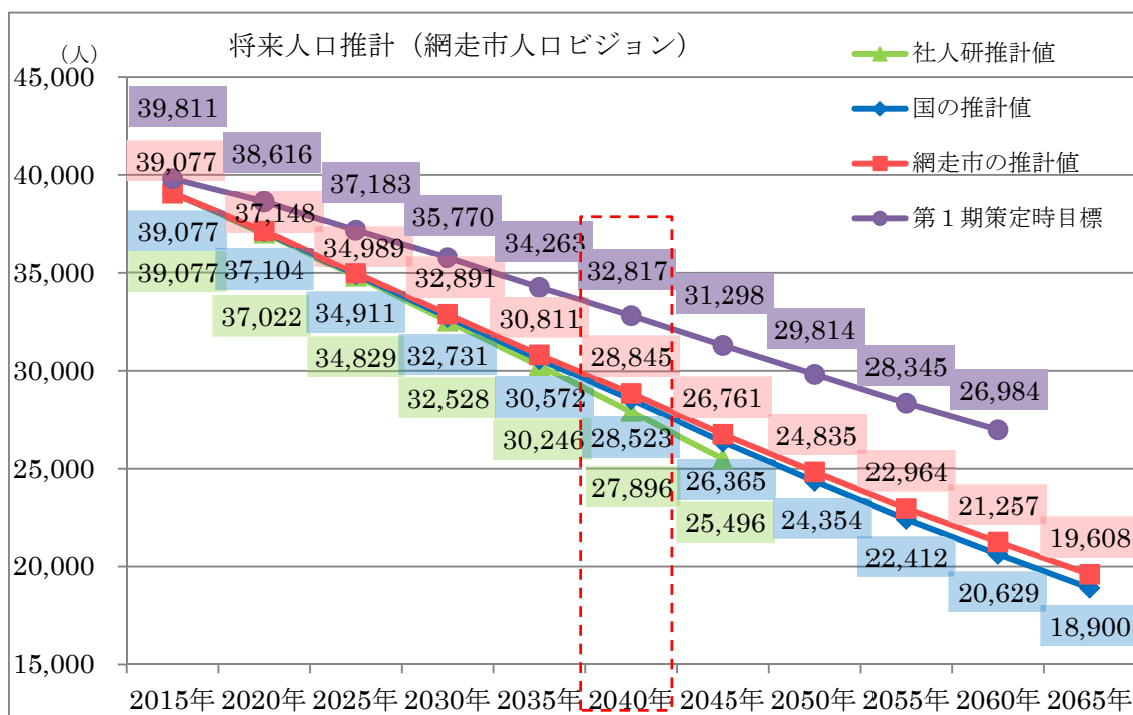
1. 網走市の現状	1
2. 構想の方向性	2
3. 構想策定のための基礎調査	2
4. 構想の実現に向けた視点	4
5. 構想策定に向けた分析と検証	5
6. 調査・検証結果のまとめ	12
7. 網走市「生涯活躍のまち」構想の考え方	13

1. 網走市の現状

本市の人口は、1990年代に減少傾向となり、その主因は長期にわたり続いていた社会減少でありましたが、2005年以降は自然減少に転じ、本格的な人口減少局面に入りました。

急速に進む少子高齢化・人口減少による各分野への影響を緩和させるべく、2040年に人口32,900人の確保を目標とした『網走市人口ビジョン』を基礎として、『網走市まち・ひと・しごと創生総合戦略』を策定し、地域特性を活かした施策の展開を図ってきました。

しかしながら、人口減少は人口ビジョンの推計を上回って進行しており、生産年齢人口の減少、高齢化の進行により、これまでの人口転換理論に当てはまらない、「少産多死型」の段階に入ったことと考えられます。



このような人口動態の変化の中にあっても、誰もが健康で幸せを感じることのできる持続可能なまちづくりをしていかなければなりません。そのためには、本市の強みを活かし、市民はもとより移住者などが役割や生きがいを持ち、生涯にわたって活躍ができるまちづくりを推進する必要があります。

2. 構想の方向性

日本版ＣＣＲＣ構想は、「東京圏をはじめとする高齢者が、自らの希望に応じて地方に移り住み、地域社会において健康でアクティブな生活を送るとともに、医療介護が必要な時には継続的なケアを受けることができるような地域づくり」を目指すものであり、構想の主な意義としては①中高年齢者の希望実現、②地方へのひと流れ推進、③東京圏高齢化問題対応の３点があげられます。

しかし、高齢者を受け入れる地域では、人口増への期待や都市部の高齢者の受け皿を整備することによる地域医療・福祉サービスの拡充などが期待される反面、社会保険料の増額や移住者と地域住民とのミスマッチなどのリスクも想定されます。

そのため、網走版ＣＣＲＣ構想では、一般的な日本版ＣＣＲＣ構想の枠組みにとらわれず、ターゲットを地方とのマッチングに関心を持つ都市部のオフィスワーカー、特に一定のキャリアを積み、セカンドキャリアを模索している５０歳以上のオフィスワーカー＋都市部の高齢者に設定し、網走の強みである東京農業大学生物産業学部が有する大学としての学びの魅力と本市の「食」を活かした地域でのビジネス創出のサポート体制の構築による都市住民の移住・定住の促進を図ることが有効ではないかと考えました。

構想の策定にあたり、網走版ＣＣＲＣ構想の有効性の検証を行うとともに、日本版ＣＣＲＣ構想が重視する医療介護の充実の必要性も検証するため、網走市に移住・定住する際の健康リスクとして想定される、北海道の食生活・地域特性による食塩摂取過多による高血圧疾患や“door to door”による運動不足が移住・定住希望者へ与える影響について調査しました。

3. 構想策定のための基礎調査

(1) 移住の取り組みにかかる調査

人口減少を少しでも緩和するためには、地域の魅力をもって転入者を増やすことが求められます。網走版ＣＣＲＣ構想では、本市の強みである「食」と東京農大での「学び」を活かして、首都圏からの移住者を増やすことを目的とし、移住定住者などへの調査を実施した結果、網走市の移住定住の取り組みについて、以下の課題が判明しました。

- ・ 網走市への移住定住の取り組みの周知・ＰＲ不足
- ・ 家賃が高いことや住宅の立地条件などから、移動手段の手当が必要なため、お試し暮らしの利用者が少ない
- ・ 移住志向（二拠点居住を含め）はあるものの、仕事との両立などから移住に至らない。

(2) 網走市における移住者及び移住志向者の健康状況調査

一般的に、東北地方などの寒冷地域においては生活習慣と食文化による食塩を用いた保存食や食習慣から高血圧罹患者が多いとされています。東北地方より北に位置する網走地域においても同様の傾向が推測されるため、網走市への移住により想定され

る健康問題である、食塩摂取過多による高血圧疾患や“door to door”による運動不足について調査し、以下のことがわかりました。

- ・北海道の食事等における食塩摂取量は男性が29位、女性が26位、高血圧疾患患者数も全国で31位と全国平均以下に位置し、どちらも上位の東北地方とは異なる傾向が見られた。
- ・網走市の高血圧疾患患者数は、全国平均・北海道平均よりも低い数値となっており、食塩摂取過多に高血圧疾患のリスクは比較的低いと推測される。
- ・北海道外から移住してきた東京農業大学生物産業学部の教職員を対象に、移住後の血圧変化を調べた結果、移住後も血圧に大きな変化は見られなかった。
- ・北海道の脂質異常症患者数は、全国34位と全国平均以下である一方、生活習慣病に起因するとされる糖尿病疾患の患者数は、全国13位と全国平均以上に位置づけられており、脂質異常症患者数とは異なる傾向が見られる。
- ・網走市のメタボリックシンドロームの該当者・予備軍ともに、全国・北海道と概ね同等の基準にあるなかで、血圧、脂質ともに若干、全国・北海道平均よりも高くなっているが、道外から移住者としてきた東京農業大学生物産業学部の教職員及び東京農業大学生物産業学部の社会人大学院生を対象に、BMIとコレステロール値、空腹時血糖およびHbA1cを見てみたところ、いずれも有意に悪化した傾向は見られなかった。

網走市の現状

網走市国民健康保険
保険事業実施計画
(データヘルス計画)

メタボリックシンドローム該当・予備軍における高血圧者

	網走市	北海道	同規模	全国
血圧	6.7%	7.4%	7.5%	7.4%

資料：KDBシステム H26年度（累計）

網走市における高血圧疾患患者数も全国平均を
下回っている

網走市の現状

網走市国民健康保険
保険事業実施計画
(データヘルス計画)

(1) メタボリックシンドローム該当・予備群の状況

	網走市	北海道	同規模	全国
該当者	15.9%	15.8%	16.8%	16.4%
男	25.3%	25.9%	25.7%	26.0%
女	9.4%	8.6%	9.9%	9.2%
予備群	11.2%	10.7%	10.7%	10.7%
男	20.3%	18.0%	16.6%	17.1%
女	4.9%	5.5%	6.2%	5.8%

(2) メタボリックシンドローム該当・予備群レベル検査値

	網走市	北海道	同規模	全国
腹囲	31.6%	30.2%	31.0%	30.6%
男	54.1%	50.2%	47.3%	48.5%
女	15.9%	16.1%	18.3%	17.1%
BMI	6.4%	6.7%	5.2%	4.8%
男	3.0%	2.7%	2.0%	1.8%
女	8.8%	9.5%	7.8%	7.0%
血糖	1.1%	0.6%	0.7%	0.6%
血圧	6.7%	7.4%	7.5%	7.4%
脂質	3.4%	2.8%	2.5%	2.6%
血糖・血圧	3.6%	2.4%	2.8%	2.6%
血糖・脂質	1.0%	0.8%	0.9%	0.9%
血圧・脂質	7.5%	8.0%	8.1%	8.2%
血糖・血圧・脂質	3.8%	4.5%	4.9%	4.8%

資料：KDB システム H26 年度（累計）

調査の結果、血糖値および血中脂質がやや高い傾向が認められたものの、移住者においては血液性状の悪化傾向は見られませんでした。

また、移住志向者である社会人大学院生についても、概ね血液性状は正常であったことから、移住定住による血液性状の悪化というリスクは比較的低いと推定されます。

4. 構想の実現に向けた視点

以上の点を踏まえ、網走版C C R C構想においては、日本版C C R C構想とは異なる下記の3つの視点で、移住定住に取り組むことが有効であると判断しました。

- (1) オホーツク地域の移住者が重視する志向や血液検査の結果から、医療の充実などの分野にはこだわらなくても、移住定住者を呼び込むことができるモデルを形成できる。
- (2) 網走版C C R C構想は、移住定住に東京農業大学の学びを組み込むことに加え、市内での起業（商店街の空き店舗活用等）といった支援を受けられることをウリとする。
- (3) 移住者支援のための政策（お試し暮らし、空き家バンク、移住ニーズの把握など）を強化するため、首都圏等で開催される移住イベントへの出展や支援政策の改善等が必要である。

5. 構想策定に向けた分析と検証

上記、3つの視点を検証するため、2017年にインターネットによるWEBリサーチを実施した結果、以下のことが明らかとなりました。

- ・網走市への移住意向

網走市への移住については、現時点で強い意向はない（網走市を知らない、雪国などの拒否回答も含め）

- ・東京農大での学びへの関心

大学での学びなどのイベントに対する興味はある傾向が見受けられる（JOINイベント：短期留学や食プロに興味をもっている、「学び」の志向が強いプラチナの結果）

- ・移住定住に対する支援のあり方

交通手段や住居に対する支援ニーズが大きい

上記の結果を基に、2018年にはリサーチ結果を活かした実証実験的なモニタープランを企画しました。

（1）アンケート内容の精査

アンケートの回答者の属性を見の中で、「移住先を具体的に探している」という回答を、セカンドキャリアを模索する年代層（20～49歳）別に見みると、管理職などの役職の立場が多いミドル層（40～44歳、45～49歳）よりも、より若い世代（20～24歳、25～29歳、30～34歳、35～39歳）が移住先を具体的に探している傾向が見られます。（表1、2）

また、「将来移住したい」という回答を、同じくセカンドキャリアを模索する年代層（20～49歳）別に見ると、管理職などの役職の立場が多いミドル層（40～44歳、45～49歳）よりも、より若い世代（20～24歳、25～29歳、30～34歳、35～39歳）が将来移住したいという回答率が高くなっています。（表3、4）

以上の点から、網走版CCRCの構想の策定に向けて、移住・定住のターゲットとしては、ミドル層（40～49歳）だけでなく、より若い世代（20～39歳：いわゆる子育て世代）もターゲットとすることが有効であると思われます。

表1

移住先を具体的に探している	とても感がある	関心がある	やや関心がある	どちらとも言えない	それほど関心がない	関心がない	全く関心がない
20～24歳	19.4%	16.4%	20.9%	14.9%	11.9%	4.5%	11.9%
25～29歳	29.4%	18.3%	16.7%	9.5%	10.3%	5.6%	10.3%
30～34歳	15.4%	17.6%	18.7%	15.4%	9.9%	3.3%	19.8%
35～39歳	22.9%	18.8%	14.6%	9.4%	13.5%	6.3%	14.6%
40～44歳	13.3%	12.2%	16.7%	15.6%	10.0%	8.9%	23.3%
45～49歳	10.0%	14.3%	15.7%	15.7%	12.9%	12.9%	18.6%
合計	19.4%	16.5%	17.0%	13.0%	11.3%	6.7%	16.1%

表2

移住先を具体的に探しているを集約	関心がある	どちらとも言えない	関心がない
20～24歳	56.7%	14.9%	28.3%
25～29歳	64.4%	9.5%	26.2%
30～34歳	51.7%	15.4%	33.0%
35～39歳	56.3%	9.4%	34.4%
40～44歳	42.2%	15.6%	42.2%
45～49歳	40.0%	15.7%	44.4%
合計	52.9%	13.0%	34.1%

表3

将来移住したを集約	とても感がある	関心がある	やや関心がある	どちらとも言えない	それほど関心がない	関心がない	全く関心がない
20～24歳	4.5%	17.3%	22.7%	11.8%	17.3%	7.3%	19.1%
25～29歳	7.0%	16.1%	21.1%	17.6%	18.6%	4.0%	15.6%
30～34歳	5.7%	12.7%	21.7%	16.0%	13.2%	11.3%	19.3%
35～39歳	6.9%	14.9%	16.0%	17.6%	18.6%	9.6%	16.5%
40～44歳	4.3%	10.4%	21.7%	22.6%	13.9%	10.0%	17.0%
45～49歳	5.3%	8.3%	16.6%	18.3%	17.8%	12.4%	21.3%
合計	5.7%	13.0%	19.9%	17.9%	16.3%	9.2%	18.0%

表4

将来移住したい	関心がある	どちらとも言えない	関心がない
20～24歳	44.5%	11.8%	43.7%
25～29歳	44.2%	17.6%	38.2%
30～34歳	40.1%	16.0%	43.8%
35～39歳	37.8%	17.6%	44.7%
40～44歳	36.4%	22.6%	40.9%
45～49歳	30.2%	18.3%	51.5%
合計	38.6%	17.9%	43.5%

他方、「移住先に関心がある」×「網走移住に関心がある」をクロス集計し、また回答を年代別に見ると、ミドル層（40～49歳）は、「農山漁村地域の暮らしに関心がある」「最近体力の衰えを感じるようになった」という回答率が高いのに対し、若い世代（20～39歳）については、「流行りのライフスタイルに関心がある」「新しい趣味や習い事をはじめたい」「地域活動や社会活動を通じた仲間を増やしたい」「子供と過ごす時間をもっとつくりたい」といった回答率が高くなっています。（表5）

表5 移住先を探している×網走移住に関心がある

■あなたが網走移住に関心がある理由

		20～24歳	25～29歳	30～34歳	35～39歳	40～44歳	45～49歳	20～39歳	40～49歳
自然が豊かだから	189	14	52	33	39	32	19		
		7.4%	27.5%	17.5%	20.6%	16.9%	10.1%	18.3%	13.5%
人混みがなさそうだから	110	11	25	21	25	13	15		
		10.0%	22.7%	19.1%	22.7%	11.8%	13.6%	18.6%	12.7%
理想とする生活ができそうだから	93	8	36	11	21	9	8		
		8.6%	38.7%	11.8%	22.6%	9.7%	8.6%	20.4%	9.1%
災害が少なそうだから	59	16	13	9	10	5	6		
		27.1%	22.0%	15.3%	16.9%	8.5%	10.2%	20.3%	9.3%
子育て環境が良さそうだから	80	8	27	8	23	6	8		
		10.0%	33.8%	10.0%	28.8%	7.5%	10.0%	20.6%	8.8%
趣味やスポーツなど余暇活動に打ち込めそうだから	66	8	22	10	12	6	8		
		12.1%	33.3%	15.2%	18.2%	9.1%	12.1%	19.7%	10.6%
北海道の街だから	51	6	18	7	11	5	4		
		11.8%	35.3%	13.7%	21.6%	9.8%	7.8%	20.6%	8.8%
札幌周辺ではないから	16	1	8	2	2	0	3		
		6.3%	50.0%	12.5%	12.5%	0.0%	18.8%	20.3%	9.4%
北海道に住みたいが網走のことがよくわからないから	25	0	9	6	3	4	3		
		0.0%	36.0%	24.0%	12.0%	16.0%	12.0%	18.0%	14.0%
生活が不便そうだから	22	2	7	4	1	4	4		
		9.1%	31.8%	18.2%	4.5%	18.2%	18.2%	15.9%	18.2%
働き口がなさそうだから	23	3	8	2	3	4	3		
		13.0%	34.8%	8.7%	13.0%	17.4%	13.0%	17.4%	15.2%
寒い所は苦手だから	23	1	7	6	3	4	2		
		4.3%	30.4%	26.1%	13.0%	17.4%	8.7%	18.5%	13.0%
子供の学習環境が良くなさそうだから	12	0	5	2	1	2	2		
		0.0%	27.8%	16.7%	8.3%	16.7%	16.7%	16.7%	16.7%
公共交通機関の便が悪そうだから	18	1	5	3	4	2	3		
		5.6%	27.8%	16.7%	22.2%	11.1%	16.7%	18.1%	13.9%
医療施設が整ってなさそうだから	18	0	7	2	5	1	3		
		0.0%	38.9%	11.1%	27.8%	5.6%	16.7%	19.4%	11.1%
自分の出身地（地域）ではないから	12	1	5	3	1	1	1		
		8.3%	41.7%	25.0%	8.3%	8.3%	8.3%	20.8%	8.3%

■あなたの考えに一番近いもの

	20～24歳	25～29歳	30～34歳	35～39歳	40～44歳	45～49歳	合計	20～39歳	40～49歳
流行のライフスタイルに関心がある	32	67	35	49	25	21	229		
	14.0%	29.3%	15.3%	21.4%	10.9%	9.2%		20.0%	10.0%
農山漁村地域の暮らしに関心がある	30	69	42	50	34	27	252		
	11.9%	27.4%	16.7%	19.8%	13.5%	10.7%		18.9%	12.1%
新しいライフスタイルに挑戦したい	32	72	43	50	34	24	255		
	12.5%	28.2%	16.9%	19.6%	13.3%	9.4%		19.3%	11.4%
現在健康に不安なことがある	25	51	29	32	19	21	177		
	14.1%	28.8%	16.4%	18.1%	10.7%	11.9%		19.4%	11.3%
最近、体力の衰えを感じる様になった	25	63	35	39	33	22	217		
	11.5%	29.0%	16.1%	18.0%	15.2%	10.1%		18.7%	12.7%
大学などの学校で知識や技術を身に付けたい	27	66	38	41	27	24	223		
	12.1%	29.6%	17.0%	18.4%	12.1%	10.8%		19.3%	11.4%
資格取得に挑戦したい	32	70	39	50	29	24	239		
	13.4%	29.3%	16.3%	20.7%	12.1%	10.0%		19.5%	11.1%
新しい趣味や習い事を始めた	30	73	41	47	27	21	242		
	12.4%	30.2%	16.9%	20.0%	11.2%	8.7%		20.0%	9.9%
自分の経験や知識を誰かに教える機会があれば良い	30	67	39	46	30	22	235		
	12.8%	28.5%	16.6%	20.1%	12.8%	9.4%		19.5%	11.1%
退職・引退したら実現させたい夢がある	32	65	36	51	30	20	229		
	14.0%	28.4%	15.7%	20.4%	13.1%	8.7%		19.5%	10.9%
環境に配慮した生活を送りたい	29	74	41	43	33	22	250		
	11.6%	29.6%	16.4%	20.3%	13.2%	8.8%		19.5%	11.0%
多少高くても環境に配慮した商品を買いたい	24	63	39	43	24	19	212		
	11.3%	29.7%	18.4%	20.3%	11.3%	9.0%		19.9%	10.1%
地域が持つ伝統や価値観を大切にしたい	27	70	37	48	30	25	237		
	11.4%	29.5%	15.6%	20.3%	12.7%	10.5%		19.2%	11.6%
地域社会に役立つことがしたい	25	68	37	44	29	18	221		
	11.3%	30.8%	16.7%	19.9%	13.1%	8.1%		19.7%	10.6%
地域活動や社会活動を通した仲間を増やしたい	30	70	37	48	27	19	231		
	13.0%	30.3%	16.0%	20.8%	11.7%	8.2%		20.0%	10.0%
趣味やスポーツを通した仲間を増やしたい	31	69	37	46	29	22	234		
	13.2%	29.5%	15.8%	19.7%	12.4%	9.4%		19.6%	10.9%
誰とでも友達になれる方だ	31	61	34	43	29	21	219		
	14.2%	27.9%	15.5%	19.6%	13.2%	9.6%		19.3%	11.4%
親と過ごす時間をもっと作りたい	32	68	36	45	26	20	227		
	14.1%	30.0%	15.9%	19.8%	11.5%	8.8%		19.9%	10.1%
夫婦で過ごす時間をもっと作りたい	29	68	37	47	26	21	228		
	12.7%	29.8%	16.2%	20.6%	11.4%	9.2%		19.8%	10.3%
子供と過ごす時間をもっと作りたい	31	68	41	47	27	18	232		
	13.4%	29.3%	17.7%	20.3%	11.6%	7.8%		20.2%	9.7%

これは本事業の実施にむけて当初から想定している大学を通じたリカレント教育の強化による移住・定住の促進というテーマとの親和性が高く、この点からも網走版C C R C構想における移住・定住のターゲットは、ミドル層（40～49歳）だけでなく、より若い世代（20～39歳：いわゆる子育て世代）も含めることが有効であるとわかりました。

（2）実験的なモニタープランの企画

網走版C C R C構想は、セカンドキャリア向けの移住・定住の促進をテーマとしていますが、リカレント教育の強化による移住・定住の促進については以下の課題が想定されます。

- ①東京丸の内の「プラチナ大学」や首都圏において“地域でのビジネス化”に関心のある社会人（セカンドキャリア）をターゲットに、モニター調査・アンケート調査を実施したが、課題となるのは網走市までの通学・学習方法である（セカンドキャリアの年代でも二拠点居住は現実には難しい様子がある）。
- ②“大学の学び”に関心のあるセカンドキャリア世代をターゲットとするにあたって、「通学・学習の利便性 > 大学での学び」や「他の大学とはことなる学習内容の提供」といった点を意識しなければならない。
- ③「大学への通学→移住」といった展開はハードルが高いため、“大学での学び”をまずは気軽体験できるような機会を積極的に設けていくことも必要である。

以上の点から、網走版C C R C構想の展開の方向性は、以下のようなステージを設けて進めることが必要と考えられます。

●ステージ1

“大学の学び”の周知・認知の促進

●ステージ2

“大学の学び”＋網走市をフィールドとしてリカレント教育のモデル事業（体験型学習・観光：網走市での生活の魅力を体験）の実施

●ステージ3

「東京農大への入学＋居住→網走への定住（起業を含む）」を含む体系的な支援システムの構築

(3) 網走版C C R C構想の実現にむけたモデル事業の検証

前述のステージに沿った事業展開の有効性を検証すべく、2019年に「ステージ1 “大学の学び” の周知・認知の促進」及び「ステージ2 “大学の学び” + 網走市をフィールドとしてリカレント教育のモデル事業（体験型学習・観光：網走市での生活の魅力を体験）の実施」のモニター調査を実施しました。

1) 実施のポイント

従来の東京農業大学のオープンカレッジでは主にミドル層（セカンドキャリア）以上の参加者が多いことから、30歳代の若い世代の取り込みも目指して、オホーツクの魅力である「食」というキラーコンテンツからの発信の可能性を検証すべく、首都圏の飲食店との連携によるオープンカレッジの実施を試みた。

また、「ステージ1 “大学の学び” の周知・認知の促進」から「ステージ2 “大学の学び” + 網走市をフィールドとしてリカレント教育のモデル事業（体験型学習・観光：網走市での生活の魅力を体験）の実施」へと繋がることで、網走市への移住・定住への促進が図れるのではないかという仮説も検証すべく、オープンカレッジの参加者をターゲットにモニターツアーの実施を試みた。

2) 実施内容

「ステージ1 “大学の学び” の周知・認知の促進」の検証：首都圏でのオープンカレッジ」

■実施概要

- ・開催日時： 2019年12月20日（金）18：00～21：00
- ・開催場所： 食と農の博物館 「e g g 東京農大世田谷通り店」
- ・主催：東京農業大学生物産業学部（網走版C C R C検討協議会）
- ・共催：e g g（プロントコーポレーション）
- ・協力・協賛：(株) 農大サポート、ドリームワークス（株）、(株) 木本硝子、ポロワッカ、LEATHER ECT I O N

■当日参加者

- ・計33名（男性21名：年代層30～60代、女性12名：年代層30～50代）
 - 一般参加者：21名（ホテル関係者、大手電機メーカー、芸能関係、日本酒小売り、皮産業関係、市民：ご夫妻、主婦、ウェブライターなど）
 - ゲスト：12名（インスタグラマー（旅館経営者、飲食店経営者）、アパレル、グラス関係者、農家、食品加工業者、革製品企業、証券関係、農大教職員など）

【イベントとの様子】



3) 実施結果

ディナーの参加者からは普段聞くことのできない生産者の声を直に聞いたことに対する満足度が高く、“大学の学び”の魅力についても高い関心を示していた。

終了後には参加者から「イベントで使用した食材を購入できないのか」、「イベント日程の関係で参加することはできなかったが、都内の飲食店、シェフなどからは是非参加したかった」「食材を提供してくれた生産者と是非あってお話がしたい」など、オホーツクの地域資源（環境、食材など）の首都圏での認知の拡充やビジネスマッチングの萌芽も見られ、オホーツク食材の提供依頼の問い合わせもあった。

このことから、首都圏においてオープンカレッジを実施することは“大学の学び”の魅力紹介及び副次的効果として網走市への経済的な波及効果も期待されることが明らかとなった。

以上の点から、「ステージ1」では地域食材の活用・PRを主体とするオープンカレッジの実施が有効と思われる。なお、地域食材の活用・PRにおいては、単純に農林水産物等の地域資源をPRするのではなく、その地域資源を維持・管理してきたヒトの想いを全面に出すことで、「地域資源への関心の高まり → 生産者への関心の高まりと生産者のものづくりに対する思いへの共感 → 地域資源（農林水産

物等)への関心の高まり」という連鎖が期待される。

オープンカレッジの実施については、東京農大のみならず地域関係者が話題提供者として参画していくための仕組みづくりも重要となる。そうすることで、オープンカレッジの実施は地域関係者の活躍の場の創出や首都圏での新たなビジネスの創出、あるいは販路拡大へ展開していくことが期待できる。

4) 実施内容

「ステージ2 “大学の学び” + 網走市をフィールドとしてリカレント教育のモデル事業（体験型学習・観光：網走市での生活の魅力を体験）の実施」の検証：モニターツアー」

■実施概要

- ・開催日時： 2020年2月28日（金）10：00～13：00
- ・開催場所： コネクトリップ
- ・主催：東京農業大学生産学部（網走版CCRC検討協議会）
- ・協力：オホーツク農山漁村活用体験型ツーリズム推進協議会

■モニターツアーの企画内容

“大学の学び”の魅力を実感してもらうべく、この度のモニターツアーでは東京農大ならではの特徴的な教育研究対象として「エゾシカ」を取り上げ、モニターツアーを企画した。なお、モニターツアーにおいては、大学教員から北海道オホーツクにおけるエゾシカを巡る問題とその対応策に関する講座を開催するだけでなく、教育の魅力の一端に触れてもらうこと目的に、学生によるエゾシカを活用した商品開発の紹介と商品サンプルの試食提供を実施した。

また、集客においてはオープンカレッジからの展開の可能性を模索すべく、オープンカレッジの参加者を中心に行った。

5) 実施結果

オープンカレッジでは、参加者から食材やオホーツクの環境や産業についてたくさん質問があり、多くの方が北海道オホーツク地域に関心を持っていた。

イベント終了後には「是非オホーツクに行きたい」「この度のイベントのような食の学びに関するツアーがあれば是非参加したい」との声もあった。

モニターツアーの参加者は大学の研究教育に高い関心を示していた。

イベント終了後には「またこのようなイベントがあれば是非参加したい」「オホーツクの現地においてこのような学びが得られることは、とても興味深く大学院に通いたくなった」との声もあった。

“大学の学び”という点は地域に対して深い関心をもってもらうためのツールとしては有効であることが示唆される。

一方で、関係人口に拡大について、他の地域の取り組みを見てみると、直接、首

都圏の顧客をターゲットとした体験型観光を企画する事例が多い。しかしながら、首都圏の在住者にとっては、その地域の特徴や魅力が十分把握できていないなかで、その地域の体験型観光を紹介されても、実際に旅費をかけて参加しようという行動にはつながりづらいのが実情である。

このことから、首都圏から“大学の学び”に関心のある方々を移住定住に結び付けるためには、まずはオープンカレッジ等で地域の魅力とオホーツクだから体験できる“大学の学び”の魅力を認知してもらうことが重要であることが示唆された。

6. 調査・検証結果のまとめ

これまでに行ってきた基礎調査、WEBリサーチ、モデル事業等の結果から、セカンドキャリアを模索するシニア層だけでなく、幅広い年齢層が大学での学びや網走の「食」に関するイベントへの興味を持っているものの、寒冷地であることや利便性（「首都圏大学→通学しやすい」「網走→通学しづらい」）、東京農大ならではの「大学の学び」の魅力のPR不足などから、東京農大での学びを切り口とした取り組みにより、直ちに移住定住につなげることは難しいことがわかりました。

一方で、モデル事業の実施時には、当初想定以上に高い評価が得られました。中でも、飲食業をはじめとするさまざまな業界から網走の地域資源（環境、食材など）への高い関心が伺えたこと、オホーツク食材の提供依頼の問い合わせがあったことなど、東京農大ならではの「生産者とのつながり」を活かした本市の「食（材）」と東京農大の「学び」に対する反響は大きく、副次的なビジネスマッチングの萌芽も見られました。

本市の地域特性を活かした移住定住の取り組みを進めることは、上記のような課題もあるものの、結果として関係人口の創出・拡大、それに伴うビジネスマッチング等の経済波及効果も期待できることがわかりました。

以上のことから、首都圏から“大学の学び”に関心の高い移住者を呼び込むためには、まずは、首都圏でのオープンカレッジ等のイベントを通じて、網走の「食（材）」と東京農大だから体験できる“大学の学び”の魅力の認知を促進することで、本市と継続的な関わりを持つ「網走ファン」を創出することが重要であると言えます。

また、これらの取り組みを推進するためには、本市と東京農大のみならず、多様な組織の連携が不可欠となります。

7. 網走市「生涯活躍のまち」構想の考え方

(1) 基本方針

本市は、医療の充実などの分野にはこだわらず、強みである「食」と東京農業大学生物産業学部が有する大学としての「学び」の魅力を活かした取り組みにより、将来的に移住者を呼び込むことを見据えながら、網走に継続的に関わりを持つ関係人口「網走ファン」の創出に取り組みます。

(2) ターゲット

リカレント教育に興味を持つ、50歳以上のオフィスワーカー＋都市部の高齢者に、調査・実証実験結果から判明した若い世代（30代～）を加えた30～50歳代をターゲットとします。

(3) 実現に向けた取り組み

「教育機会の創出→網走市民（生産者等）と首都圏在住者の交流拡大（交流機会の拡大、ビジネスマッチングなど）→移住・定住の促進」という展開をベースとしながら、「教育機会の創出：関係人口の萌芽期→網走市民（生産者等）と首都圏在住者の交流拡大（交流機会の拡大、ビジネスマッチングなど）：関係人口の成長期→移住・定住の促進：関係人口の成熟期」といった段階を想定し、それぞれ関係人口を育てていくための方策に産学官金などの連携により取り組みます。

まずは、首都圏でのオープンカレッジ等のイベントを通じて、網走の魅力と東京農大だから体験できる大学の学びの魅力を発信し、関係人口の創出・拡大を推進します。

網走版CCRC構想

■網走版CCRC構想の検証内容

ターゲット：セカンドキャリアを模索している50歳以上のオフィスワーカー＋都市部の高齢者
事業内容：本学部が有する大学としての学びの魅力と地域でのビジネス創出のサポート体制の構築
移住・定住に伴うリスク：食塩摂取過多による高血圧疾患や“door to door”による運動不足

■網走版CCRC構想の検証結果

ターゲット：
①アンケート結果から、若い世代（30歳代～）も移住や“大学の学び”に対して高い関心を示していたこと、②年齢が高くなるにつれ、大学・大学院卒の比率が低くなることから、30～50歳代にターゲット対象を拡充すべきである

事業内容：
「ステージ1：“大学の学び”の周知・認知の促進」「ステージ2：“大学の学び”＋網走市をフィールドとしてリカレント教育のモデル事業（体験型学習・観光：網走市での生活の魅力を体験）の実施」「ステージ3：東京農大への入学＋居住→網走への定住（起業を含む）」という段階を持って事業は展開していくべきである

移住・定住に伴うリスク：
網走市は医療の充実などの分野にはこだわらなくても、移住定住者を呼び込むことができることが期待される

■網走版CCRCの展開方向 ※主なポイント

- 産学官連携による関係人口拡大のための場の設置
→ 関係人口を拡大していくための方策を産学官連携でちゃんと協議・実行していくための場を設けていく必要がある
- 「教育機会の創出：関係人口の萌芽期」→ 網走市民（生産者等）と首都圏在住者の交流拡大（交流機会の拡大、ビジネスマッチングなど）：関係人口の成長期 → 移住・定住の促進：関係人口の成熟期」の段階的な実施
→ 「教育機会の創出」は首都圏でのオープンカレッジ、「網走市民（生産者等）と首都圏在住者の交流拡大」は体験型学習・観光、「移住・定住の促進」は移住者の事業創出の支援が想定される。なお、移住者の事業創出の支援については、産学官連携によって創成塾の後継になるようなサポート体制を構築していくことが求められる

■事業内容の検証から見えてきた点

- ①単なる網走市への移住については現時点で強い意向はないが、②大学での学びに対する興味はある

→ しかしながら、教育の質と利便性（「他の首都圏大学→通学しやすい」「オホーツク→通学しづらい」）を天秤にかけられると大学での学びという視点だけは差別化が難しい。

※オープンカレッジ

- 地域食材の活用が有効
- 地域関係者が話題提供者として参画していくためのしくみづくりが大切
- 地域資源（環境、食材など）の首都圏での認知の拡充やビジネスマッチングの萌芽といった副次的効果が期待される

- 関係・交流人口を増やすために、観光との連携は有効であるが、現実としてその商品化は、商品の質と距離（時間）と交通費の点から、一般商品化しづらい（高コストになりがち）

※モニターツアー

- 首都圏からのツアーの参加者の導引は難しい

網走市「生涯活躍のまち」構想

【網走版ＣＣＲＣ構想】

令和２年（2020）年３月初版

編集・発行：網走市 企画総務部 企画調整課

〒093-8555

北海道網走市南６条東４丁目

TEL：0152-44-6111

FAX：0152-43-5404